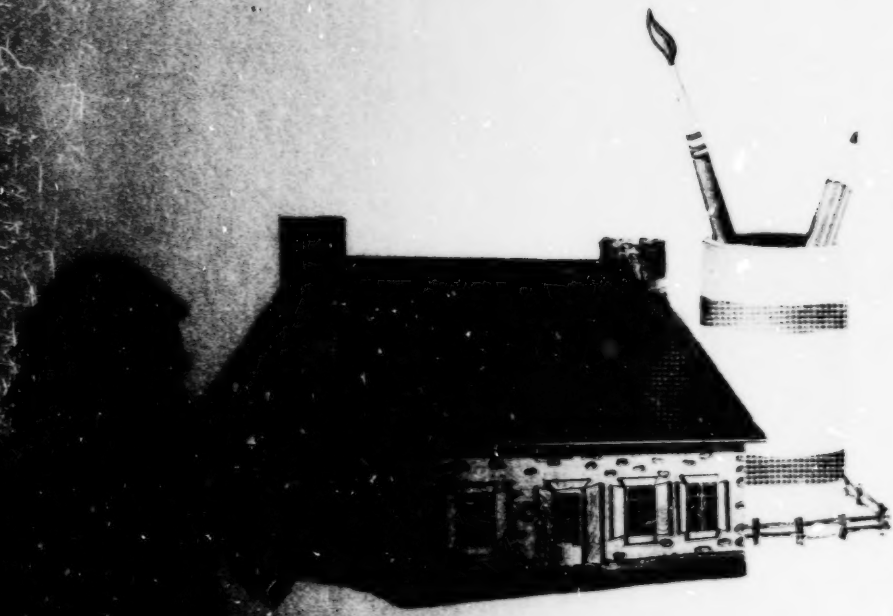
SDICC

Plan de développement
1984 - 1985



Société de développement des industries
de la culture et des communications

85-0574/

Plan de développement 1984-85 de la Société de développement des industries de la culture et des communications (SODICC)

La SODICC est heureuse de vous présenter son plan de développement 1984-85 qui a reçu l'approbation du Conseil d'administration de la Société le 14 février dernier. Vous trouverez dans ce document les orientations que notre Société entend suivre au cours de la prochaine année.

Le plan de développement définit également les grandes priorités d'interventions que la Société privilégiera dans les prochains mois. Ainsi le lecteur, nous l'espérons, pourra mieux saisir ce qu'est la SODICC et vers quoi elle dirige son action.

Par ailleurs, je voudrais remercier tous ceux (individus, associations, organismes et ministères) qui ont bien voulu commenter notre projet de plan que nous avions soumis à la consultation. Il faut y voir le désir de notre part de nous engager dans le développement des industries de la culture et des communications avec l'accord du milieu et en concertation avec les différents intervenants dans le domaine.

L'édition de ce plan de développement répond, enfin, à notre volonté de transparence et de visibilité, afin que nos ressources soient disponibles à toutes les entreprises, et ce sur l'ensemble du territoire québécois.

Président-directeur général

Pierre A. Deschênes

PIERRE-A. DESCHENES

SOMMAIRE

INTRODUCTION 7

CHAPITRE 1
Mission de la SODICC 9

CHAPITRE 2
Problématique industrielle 13

2.1 Les industries culturelles 13
2.2 Les industries de communications 15

CHAPITRE 3
Objectifs généraux 17

CHAPITRE 4
Orientations sectorielles 19

4. 1 Le livre 19
4. 2 Le disque 23
4. 3 L'audiovisuel 23
4. 4 Les arts d'interprétation 25
4. 5 Les métiers d'art 28
4. 6 Les arts visuels 30
4. 7 La radio 30
4. 8 La télévision 31
4. 9 La câblodistribution 32
4.10 Les télécommunications 33
4.11 Les services informatiques 34
4.12 Les mass médias écrits 36

CHAPITRE 5
Priorités 37

5.1 Les créneaux d'interventions 37
5.2 Les actions institutionnelles 42

CONCLUSION 43

ANNEXES 44

INTRODUCTION

En tant que société de développement, la SODICC se doit d'articuler une stratégie d'interventions afin d'indiquer clairement l'orientation qu'elle entend suivre pour remplir son mandat.

Le plan de développement, édition 1984-85, le troisième réalisé par la Société depuis sa création en 1978, s'inscrit dans cette volonté d'accentuer le rôle d'initiateur et de développeur dévolu à la SODICC. Consciente des limites financières qui sont les siennes et des besoins théoriquement illimités de sa clientèle, la Société entend faire les choix qui s'imposent afin de maximiser les retombées culturelles et économiques de ses interventions. D'autre part, la SODICC se doit de préserver son capital afin de s'assurer d'assises solides et permanentes pour consolider son action dans ses secteurs-cibles.

Le présent document s'articule autour de deux grandes parties. Une première partie (chapitres 1, 2 et 3) présente la mission de la SODICC, la problématique d'ensemble des industries de la culture et des communications et les grands objectifs de la Société.

La seconde partie, celle-là plus spécifique, comprend deux chapitres: le premier est consacré à l'analyse de chacun des secteurs d'intervention, le second dévoile les grandes priorités d'action qu'entend mener la SODICC en 1984-85, soient :

- le développement du logiciel
- l'exportation en câblodistribution
- la mise en valeur de la production audiovisuelle par le biais de la télévision payante, des canaux spécialisés et par l'exportation;
- le soutien à l'exportation des spectacles;
- le soutien aux événements spéciaux.

Le plan de développement veut répondre à divers besoins. D'une part, pour les différents intervenants dans le domaine des communications et des industries culturelles — ministères, institutions financières, organismes publics — ce document précise le rôle que nous entendons jouer au cours de la prochaine année (avril 1984 à mars 1985). D'autre part, vis-à-vis notre clientèle, les priorités définies ici constituent le sens de nos choix et de nos engagements afin d'assurer le plus de cohérence possible aux diverses actions de la Société.

Il est à noter, d'autre part, que le secteur du patrimoine fera l'objet d'un plan de développement spécifique. Ainsi, la SODICC concevra, d'ici avril 1984, un plan d'intervention en matière de Patrimoine immobilier, gouvernemental dans un premier temps et privé dans un second, en déterminera les étapes de réalisation et en entreprendra l'opération. A cet égard, le conseiller en Patrimoine immobilier devra, d'ici le 31 mars 1984, en concertation avec les responsables du ministère des Affaires culturelles, eu égard au Patrimoine immobilier gouvernemental, proposer un plan d'intégration des principaux édifices patrimoniaux du gouvernement du Québec à la SODICC, en suggérer les mécanismes de rénovation avec des partenaires, privés ou autres, et proposer ce qu'il devrait advenir de ces immeubles une fois rénovés.

Enfin, il importe que l'action de la SODICC permette le développement des industries de la culture et des communications sur l'ensemble du territoire québécois. Par le biais d'une tournée d'information et de sensibilisation dans toutes les régions du Québec, la Société compte faire mieux connaître son mandat, et ainsi augmenter le nombre de ses interventions en régions.

Chapitre 1

LA MISSION DE LA SODICC

D'entrée de jeu, un bref rappel s'impose afin de préciser la mission de la SODICC. Au fil des ans, les actions de cette Société se sont étendues et diversifiées, tant et si bien, qu'il est utile, en première partie de ce plan de développement 1984-85, de redéfinir les lignes de force de ce qui constitue le noyau de la mission de la SODICC. Ce qui semble implicite mérite, dans ce cas-ci, d'être formulé afin de mieux comprendre le rôle de la Société.

Historiquement, la création de la SODICC répond d'abord à des besoins exprimés par les représentants des industries culturelles pour une institution financière spécialisée qui saurait les appuyer dans leur existence même, dans leur croissance parfois. Elle répond aussi à une reconnaissance, au niveau du gouvernement, de la dimension économique du secteur culturel et de l'utilité d'appliquer à ce secteur des approches de développement économique habituellement réservées au secteur manufacturier.

Par le projet de loi sanctionné le 8 avril 1982, la Société voyait son mandat s'élargir aux secteurs des communications et du patrimoine immobilier.

Pour saisir la mission de la Société de façon concrète, il est éclairant de reprendre les éléments principaux de définition de la Société et d'en préciser les implications pour son orientation et ses modalités d'intervention.

"La SODICC est une société d'Etat à capital social, société financière de développement, spécialisée dans le domaine des industries de la culture, des communications et du patrimoine". Reprenons un à un les éléments de cette définition succinte.

— **Une société de développement** : la SODICC est par définition une société de développement. Ceci signifie en pratique que la Société doit rechercher, dans toutes ses interventions, à développer les industries des secteurs où elle opère et que toute son activité devra être conditionnée par cette perspective d'impact macro-économique ou sectoriel. Le présent plan de développement identifiera, au chapitre 5, comme prioritaires les secteurs dans lesquels nous entendons agir en 1984-85.

— **Une société financière** : la SODICC est une société de financement et ses moyens d'action sont essentiellement financiers. Pour jouer adéquatement son rôle, elle dispose d'une gamme complète d'outils financiers qu'elle applique selon les circonstances et les besoins de sa clientèle. Ainsi, le prêt demeure l'instrument privilégié d'assistance financière, et compte tenu de la demande du proposeur, de la nature des risques encourus et des faibles garanties offertes dans plusieurs demandes, le prêt de type participant sera fréquemment utilisé. Par contre, la Société réserve ses interventions sous forme de capital-actions aux projets où un besoin de capital existe et son intervention directe dans l'orientation d'une entreprise lui paraîtront essentielles à la réalisation du développement sectoriel souhaité. Enfin, la garantie de prêt continuera d'être utilisée occasionnellement là où le caractère particulier des opérations nécessite un suivi pour lesquels les banques peuvent offrir un service plus adéquat. Le seul outil qu'elle ne peut utiliser est la subvention.

Ceci ne signifie pas toutefois que son activité doive se limiter aux seules interventions de nature financière. Pour pouvoir jouer de façon optimale son rôle de financement et son rôle de développement, la Société doit compter sur des supports qui servent de prérequis à ses interventions financières. Ainsi, la SODICC collaborera avec d'autres intervenants dont c'est la mission propre (BSQ, directions de recherche des ministères sectoriels), à assurer :

- la cueillette systématique d'information sur ses secteurs d'activité;
- l'élaboration d'analyses industrielles;
- la diffusion d'information auprès de sa clientèle et auprès des autres institutions financières (nous y reviendrons au chapitre 5, partie 2).

– **Une société spécialisée** : la SODICC est née du constat que le support financier requis pour le développement des industries de la culture – et par la suite des industries des communications et du patrimoine immobilier – n'était pas suffisamment disponible auprès des institutions financières traditionnelles.

– **Les industries de la culture, des communications et du patrimoine immobilier** : la SODICC s'est vue confier le mandat de développer des industries. Ceci implique que la cible de l'activité de la SODICC doit être des entreprises, des structures permanentes qui dynamiseront les secteurs économiques où elles opèrent.

Le but premier poursuivi par la SODICC est donc de favoriser le développement d'entreprises et de secteurs industriels vigoureux. A l'occasion toutefois, le développement de structures permanentes peut passer par des expériences-pilotes ou des projets: le but visé demeure cependant la création, le développement ou l'intégration de structures permanentes.

– **Une société d'Etat**: donc, un outil créé par le gouvernement pour jouer un rôle spécifique, dans un ou des secteurs où une structure d'entreprise est plus adéquate qu'une organisation de type ministériel. Le rôle spécifique de la SODICC est un rôle complémentaire au secteur privé: en d'autres mots, la SODICC ne doit pas doubler le secteur financier privé dans la mesure où il peut répondre aux besoins des industries de la culture, des communications et du patrimoine immobilier. Au contraire, la SODICC doit chercher à développer son rôle par la collaboration avec les autres institutions financières.

Le rôle complémentaire de la Société doit tenir compte de la primauté qu'elle accorde au développement.

Enfin, en tant que société d'Etat, l'action de la SODICC doit être cohérente avec les grandes orientations énoncées par le Gouvernement, notamment avec les politiques du ministère des Affaires culturelles et avec celles du ministère des Communications.

En somme, la marge de manoeuvre de la SODICC se situe entre deux pôles liés à son double statut: **institution financière** (sauvegarde de son capital, critères financiers traditionnels) et **institution de développement** (initiative, risque).

En conséquence, toute intervention de la Société, tout projet ou tout dossier doit être soumis aux critères suivants :

- une grille ou une série de critères financiers (ou "micro") traditionnels : rentabilité, garanties, compétence du management, participation financière adéquate des promoteurs;

- une grille ou une série de critères de développement (ou "macro"): impact sur le secteur, effets d'entraînement, récupération du marché local, pénétration des marchés d'exportation, support aux produits québécois, etc.

Tous les dossiers soumis à la Société sont examinés à la lumière de la mission de développement de la Société (évaluation "macro"), tout aussi bien qu'à la lumière des critères financiers traditionnels (évaluation "micro"). La pondération de ces deux évaluations répondra à l'adéquation suivante: plus l'impact "macro" d'un dossier sera important, plus la Société devra pondérer cette évaluation et accepter des risques plus importants. Plus l'impact "macro" prévu sera faible, plus l'évaluation "micro" sera sévère.

La POLITIQUE FINANCIERE de la SODICC définit d'ailleurs, avec plus de détails, les critères qui prévalent dans l'examen de chacun des dossiers.

Chapitre 2

PROBLEMATIQUE INDUSTRIELLE

1. LES INDUSTRIES CULTURELLES

En 1978, le Sommet sur les industries culturelles avait contribué à dégager certaines faiblesses des entreprises culturelles. Il nous apparaît opportun, cinq ans plus tard, d'en reprendre l'essentiel tout en complétant ce diagnostic et d'en analyser brièvement les implications.

Les paramètres de l'industrie avec lesquels la Société entend composer dans l'avenir sont les suivants :

- sous-capitalisation;
- taille réduite des entreprises;
- absence d'intégration fonctionnelle;
- exiguité du marché québécois et carence des exportations;
- absence généralisée de règles de gestion administrative et financière;
- absence de statistiques permettant de développer des méthodes d'appréciation du rendement;
- rôle déterminant des subventions dans la rentabilisation de certaines entreprises.

La sous-capitalisation d'une entreprise, ou ce qui revient au même, l'utilisation abusive du crédit comme source de financement, stigmatise toute possibilité d'expansion, au point parfois de constituer une menace à la survie même de l'entreprise. Celle-ci devient alors fragile au moindre échec commercial et dangereusement subordonnée à des facteurs exogènes tels que les fluctuations du taux d'intérêt ou encore une modification des politiques des prêteurs. Les sources de capitaux spéculatifs pour l'industrie culturelle sont d'ailleurs rares et la SODICC constitue un instrument privilégié pour corriger cette carence structurelle.

La faible taille des entreprises autochtones ne leur permet guère de réaliser des économies d'échelle ou d'offrir une production diversifiée qui puisse atténuer les risques financiers associés à chaque produit. Cette carence hypothèque donc la capacité des entreprises québécoises de concurrencer les entreprises étrangères même sur notre propre marché, que l'on pense seulement aux secteurs du disque ou du cinéma. Cette faible taille entraîne également un morcellement du marché qui est source d'éparpillement des énergies et de planification déficiente dans la mise en marché du produit québécois. La SODICC, en favorisant la consolidation structurelle des sous-secteurs d'activités, recherche une taille optimale permettant d'offrir des instruments de diffusion efficaces et adaptés à chaque sous-secteur.

L'absence d'intégration, tant verticale qu'horizontale, au sein de l'industrie culturelle, constitue, pour sa part, une carence structurelle qui limite l'exploitation maximale du bien culturel. Ainsi l'état embryonnaire des chaînes "disque-spectacle-vidéo" ou encore "livre-édition-librairie" laisse-t-elle certaines retombées économiques ou culturelles nous échapper. Une meilleure inter-relation et une meilleure concertation du milieu permettraient un regroupement des énergies profitables à tous, y compris aux créateurs. Dans certains secteurs, l'intégration verticale des concurrents dicte d'ailleurs l'établissement d'une structuration comparable au sein de l'entreprise québécoise pour qu'elle puisse lutter à armes égales. C'est d'ailleurs l'objectif poursuivi par la SODICC dans le secteur du disque, par exemple.

Ainsi à de rares exceptions près, le marché québécois ne suffit pas à rentabiliser le produit culturel québécois. C'est le cas dans les secteurs du livre, du disque et de la production audiovisuelle. Force est donc de constater l'opportunité, voire la nécessité d'exporter ce produit, notamment dans les pays francophones d'Europe. Or, malgré quelques progrès récents, dans le domaine de la chanson par exemple, l'exportation des produits québécois s'avère difficile.

Nul n'est besoin d'épiloguer sur les incidences de l'absence de règles fonctionnelles de gestion administrative et financière sur la viabilité d'une entreprise. Les hésitations des institutions prêteuses, face à la clientèle culturelle, trouvent d'ailleurs leurs racines dans la chronicité de ce problème. L'effort de stimulation de la croissance de nos entreprises, initié par la SODICC, ne peut trouver tout l'écho recherché sans un effort correspondant dans la résolution de ce problème. Enfin la faiblesse des statistiques sur les industries de la culture ne permet pas l'élaboration de balises fiables dans l'évaluation du rendement d'une entreprise ou d'un secteur, amplifiant d'autant l'incertitude des agents financiers quant à l'avenir de cette industrie.

Plusieurs entreprises culturelles dépendent des subventions pour boucler leur budget. De plus, l'obligation faite à certaines d'entre elles, pour toucher ces subventions, d'être constituées en sociétés à but non lucratif diminue d'autant leur accès aux sources de financement régulières des institutions financières. Enfin, l'absence de synchronisme entre les versements de subventions et les déboursés de l'entreprise se répercute sur l'équilibre du fonds de roulement de celle-ci, qui doit alors trouver un financement alternatif temporaire pour lancer ses opérations. Cette situation crée une pression sur la SODICC pour qu'elle joue le rôle de prêteuse temporaire, ce qui mobilise des fonds importants qui pourraient être affectés au développement.

2. LES INDUSTRIES DE COMMUNICATIONS

La problématique, dans le domaine des communications, se pose de façon sensiblement différente. On y retrouve évidemment certaines lacunes qui affectent, nous l'avons vu, les industries culturelles (exiguité du marché; taille quelque fois trop réduite des entreprises). Mais le parallèle ne tient plus quand il s'agit d'évaluer des facteurs comme l'apport des subventions dans la stabilité des entreprises ou encore la faiblesse de leur gestion. Ces problèmes sont relativement moins significatifs dans les communications qu'ils ne le sont dans les industries culturelles.

Les principaux paramètres qui doivent guider l'action de la SODICC dans le domaine des communications pourraient se résumer ainsi :

- la non-homogénéité dans la nature et la taille des entreprises et des services;
- l'obsolescence ou la désuétude rapide des produits, ce qui créé un milieu particulièrement instable;
- une technologie en perpétuelle évolution qui amène la convergence des différents services et une concurrence farouche;
- la part élevée du budget à consacrer à la recherche-développement;
- le caractère international du marché;
- la chute des prix et l'accès plus démocratique à des outils "grand public".

Le monde des communications ne constitue pas un univers homogène. En effet, nous sommes en face d'un éventail extrêmement complexe de produits et de services dispensés par des entreprises de taille très variée. Des géants côtoient des lilliputiens en téléphonie, dans la câblodistribution, la presse écrite et la télévision, par exemple. L'action de la SODICC doit donc tenir compte de cette composante, ne serait-ce que pour choisir ses interventions en fonction de ses capacités financières.

D'autre part, c'est presque un cliché que de dire que le monde des communications est un univers en pleine évolution, donc instable. Cette instabilité se répercute sur le plan industriel où les entreprises vivent des crises de développement particulièrement aiguës. Des produits nouveaux envahissent constamment le marché, les habitudes de consommation changent. Il importe, pour l'entreprise qui doit conserver sa part du marché et espérer se développer, d'être dans le peloton de tête sur le plan technologique.

C'est là qu'entre en jeu la notion de la recherche-développement, véritable pierre d'assise de la croissance. Sans budget significatif en recherche, l'entreprise prend vite du retard et bat de l'aile. Cette accélération vers le nouveau, vers l'inédit, exige donc, pour une industrie, des déboursés de recherche qui ne rapporteront qu'à long terme. Les institutions financières privées accordent généralement à la recherche trop peu de crédibilité, ce qui a pour effet d'affecter l'analyse de la santé financière de l'entreprise. En effet, l'évaluation financière du poste recherche-développement, en tant qu'actif immobilisé, est souvent sujette à caution.

Autre élément à considérer: le phénomène des convergences des technologies. Les barrières entre la téléphonie, la télématique, les télécommunications, la câblodistribution – domaines autrefois exclusifs et complémentaires – ont tendance à s'estomper. Les compagnies de téléphone et les câblodistributeurs se livrent une concurrence dans le domaine du vidéotex, par exemple. Les entreprises d'informatique et de télécommunication se retrouvent soudain en compétition pour occuper le champ des nouveaux services. Pour satisfaire les besoins de création de nouveaux contenus, notamment dans les banques de données, les éditeurs et les producteurs voient apparaître de nouveaux acteurs tels les câblodistributeurs, les entreprises de télévision payante, etc.

Cette complexité est décuplée par un autre facteur : le caractère international du marché. La concurrence déborde largement les territoires nationaux. Des multinationales, solides en capitaux et en expertise, convoitent les mêmes marchés. La SODICC, en voulant favoriser la conservation ou le rapatriement des intérêts québécois, doit mesurer les forces en présence pour évaluer les chances, pour des entreprises autochtones, de s'imposer dans des créneaux à forte concurrence et d'avoir des incidences de développement significatif. Enfin, la SODICC doit, au surplus, tenir compte des possibilités d'exportation, puisque le bassin national est souvent trop restreint pour rentabiliser une production particulière.

Enfin, signalons une dernière caractéristique générale du secteur des communications: la chute des prix et l'accès plus démocratique à des produits "grand public". Toute une gamme de nouveaux produits est en train de surgir, d'abord dans le milieu des affaires, ensuite dans les foyers. Des marchés de grande consommation (micro-ordinateurs, progiciels, magnétoscopies, etc.) connaissent une courbe de croissance encourageante. Ce sont autant de perspectives prometteuses qui exigent des investissements importants mais qui comportent, en contrepartie, des risques relativement élevés.

Le secteur des communications constitue donc, pour la SODICC, un nouveau défi à relever, dans la mesure surtout où des marchés se créent ou se structurent au profit de l'entreprise innovatrice.

En ce sens, la Conférence socio-économique sur les communications, tenue en octobre 1983, a permis de dégager des pistes d'actions qui font consensus auprès des industriels et des autres partenaires sociaux. Les résultats de ce Sommet, et les travaux subséquents, serviront de guides à nos actions. La SODICC, en tant que société de financement et d'initiatives, entend appuyer les priorités dégagées lors de cette rencontre, notamment celles portant sur l'exportation, sur la recherche-développement, sur le développement du logiciel et des services informatiques. Nous expliciterons plus loin nos engagements dans l'analyse de nos orientations par sous-secteur (chapitre 4) et dans le choix de nos interventions prioritaires (chapitre 5).

Chapitre 3

LES OBJECTIFS GENERAUX

La problématique établie lors des premiers plans de développement reste entière; aussi les orientations contenues dans ceux-ci continueront d'être nôtres pour la prochaine période. Cependant nous avons incarné en 1984-85 notre mission dans les trois objectifs généraux suivants :

1 La SODICC cherchera à accentuer ses actions dans **des projets visant des secteurs où les marchés offrent un potentiel de croissance soutenu**, pour moins avoir à effectuer des opérations de rattrapage auxquelles nous sommes soumis dans des marchés qui nous ont échappé au cours de leur développement.

2. La SODICC verra à la promotion **de la participation des Québécois à la propriété financière** de leurs instruments culturels ou de communications, et ce dans une perspective de développement.

3. La SODICC entend équilibrer ses interventions financières et orienter ses actions **vers les opérations dont les perspectives de rentabilité financière sont réelles**, afin d'assurer sa permanence en tant qu'instrument de développement économique et d'établir la rentabilité des investissements culturels.

Pour ce faire, la SODICC mettra l'accent sur deux moyens qui lui apparaissent particulièrement importants :

1. La SODICC entend privilégier des actions se situant dans le sens du **renforcement**, par regroupement, intégration ou autrement des entreprises. Notre faiblesse relative, même sur nos propres marchés, résulte en effet en bonne partie, de la trop faible taille des entreprises et de la fragilité de leur permanence.

2. La SODICC mettra l'accent sur des **actions se situant dans une perspective d'exportation**. Compte tenu de la taille modeste de notre marché intérieur, de l'impératif d'augmenter notre diffusion et notre production, les industries de la culture et des communications se doivent de percer sur des nouveaux marchés.

Chapitre 4

LES ORIENTATIONS SECTORIELLES

Avant d'en arriver à identifier les grandes priorités de la SODICC pour 1984-85, un bref tour d'horizon de chacun des secteurs d'interventions de la Société nous permettra à la fois de dresser le bilan de nos actions passées et de dessiner, sur un horizon plus large qu'une seule année, les orientations qui nous guideront dans nos interventions ponctuelles.

Ces brèves analyses veulent indiquer le sens de notre action (ORIENTATIONS). Elles constituent la toile de fond de la liste prioritaire d'interventions (PRIORITES) qui sera faite par croisement comparatif des secteurs et à la suite d'un choix beaucoup plus serré (chapitre 5).

Le présent chapitre a pour objectif de proposer une grille sommaire de macro-analyse économique qui servira à mieux se situer dans l'évaluation des dossiers de chacun des secteurs.

Les tableaux suivants présentent un bilan des interventions dans chacun des 13 secteurs. On peut y voir l'évolution selon les années et l'importance comparée des différents champs d'action de la SODICC jusqu'à ce jour.

Rappelons que l'élargissement du mandat de la SODICC, dans le secteur des communications, ne s'applique que depuis avril 1982.

4.1 LE LIVRE

4.1.1 Le passé

Les interventions de la SODICC, dans le domaine du livre, furent principalement axées sur le rapatriement d'intérêts étrangers. La transaction majeure fut sans doute l'acquisition puis la revente au secteur privé québécois des intérêts du groupe Dussault-Garneau. D'autres interventions de type plus bancaire ont permis l'expansion de maisons d'édition et l'exportation de produits québécois.

SOCIETE DE DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS
AUTORISATIONS PAR SECTEUR AU 29 FEVRIER 1984

Industries culturelles

	1979-80 (11 mois)		1980-81		1981-82		1982-83		1983 au 29-2-84 (11 mois)		TOTAL	
	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$
LIVRE	8	670 000	5	997 002	9	681 000	15	3 182 617	9	654 000	46	6 184 619
DISQUE	3	600 000	3	270 000	5	1 555 000	5	765 000	5	875 000	21	4 065 000
PRODUCTION AUDIOVISUELLE	2	453 610	2	400 000	6	426 750	10	916 000	11	1 266 000	31	3 462 360
ARTS D'INTERPRETATION	3	238 500	11	1 255 000	20	1 729 101	22	2 199 686	24	2 997 926	80	8 420 213
METIERS D'ART	4	147 000	7	283 000	16	715 304	7	342 000	2	231 000	36	1 718 304
ARTS VISUELS	–	0	–	0	–	0	–	0	–	0	–	0
TOTAL CULTURE	20	2 109 110	28	3 205 002	56	5 107 155	59	7 405 303	51	6 033 926	212	23 850 496
PATRIMOINE	–	0	–	0	–	0	1	450 000	1	0	1	450 000

AUTORISATIONS PAR SECTEUR AU 29 FEVRIER 1984

Industries des communications

	1979-80 (11 mois)		1980-81		1981-82		1982-83		1983 au 29-2-84 (11 mois)		TOTAL	
	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$	NOMBRE	$
RADIO	–	0	–	0	–	0	–	0	–	0		0
TELEVISION	–	0	–	0	–	0	–	0	1	3 000 000	1	3 000 000
CABLODISTRIBUTION	–	0	–	0	–	0	–	0	–	0		0
SERVICES INFORMATIQUES	–	0	–	0	–	0	1	250 000	9	1 235 000	10	1 485 000
TELECOMMUNICATIONS	–	0	–	0	–	0	–	0	–	0	1	0
MASS MEDIAS ECRITS	1	125 000	2	160 000	–	0	3	78 000	–	5 062	6	368 062
TOTAL COMMUNICATIONS	1	125 000	2	160 000	–	0	4	328 000	11	4 390 062	17	5 003 062
GRAND TOTAL	21	2 234 110	30	3 365 002	56	5 107 155	64	8 183 303	62	10 263 988	232	29 153 558

4.1.2 L'état de la situation

Le secteur du livre a connu une stabilisation et une croissance relative durant cette période, et ce malgré une conjoncture économique difficile.

Néanmoins, de nombreux problèmes subsistent dans ce sous-secteur:

- dans l'édition, plus spécifiquement l'édition littéraire, la prolifération de petites entreprises et l'exiguité du marché québécois ne permettent pas toujours la mise en valeur maximale du livre québécois;

- enfin, pour ce qui est des librairies:

  • un problème aigu de gestion de leur stock, imputable au grand nombre de titres, aux particularités de la fonction d'achat (office, ferme, dépôt et consignation) et à la nécessité de répondre adéquatement à deux catégories distinctes de clients: la clientèle grand public d'une part et certaines institutions subventionnées d'autre part;

  • un système de gestion comptable inefficace, chez les petits libraires, pour identifier les ventes par catégorie de produits, ainsi que les ventes à crédit pour assurer le suivi des comptes payables et pour refléter l'image réelle de leurs activités dans les états financiers.

4.1.3 Orientations

Peut-être convient-il, avant d'aborder les orientations que la SODICC s'est données dans le secteur du livre, de situer brièvement son rôle en tant que complémentaire à celui du ministère des Affaires culturelles, de par la nature même de ses moyens d'action qui sont le prêt de type bancaire et l'investissement. Pour sa part, le MAC intervient largement par le moyen de la subvention ainsi que par sa réglementation des éditeurs, distributeurs et librairies, en vertu de la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre.

La SODICC maintiendra, dans les domaines de l'édition et de la distribution, son assistance financière à la croissance des entreprises existantes et aux efforts d'exportation.

Dans le domaine des librairies, la SODICC y accentuera ses efforts de consolidation et d'amélioration des pratiques de gestion qui y sont appliquées. Le programme d'informatisation des librairies, mené par le ministère des Affaires culturelles, devrait connaître très bientôt son cadre opérationnel et la SODICC pourra préciser, à ce moment, le rôle qu'elle y jouera. La création d'une infrastructure de mise en commun de divers services, tels les achats et le transport, nous semble toujours un instrument de développement intéressant: la SODICC entend donc continuer ses consultations sur ce sujet et portera une attention particulière aux projets qui lui seront présentés à cet effet.

4.2 LE DISQUE

4.2.1 L'état de la situation

Plus que dans tout autre secteur, la problématique évoquée en 1980 reste vraie: "l'industrie québécoise du disque fait face à une action dynamique de la part d'entreprises étrangères", et ce principalement dans le domaine de la production. La SODICC a réalisé une intervention majeure en plus de soutenir plusieurs productions. Elle s'est en effet attaquée à structurer une maison intégrée, de la production à la vente au détail en passant par la distribution. Les actions faites ont permis de maintenir, malgré la conjoncture, le niveau de production en plus de jeter les bases d'une société de distribution appelée à prendre une expansion rapide et d'entreprendre une perçée internationale.

L'accès à la radio et à la télévision, deux véhicules promotionnels privilégiés, demeure encore difficile. Les relevés de programmation dans plusieurs stations francophones démontrent le peu de place faite aux produits québécois. Les vidéos de promotion, dont le développement s'est accéléré avec l'arrivée des canaux payants spécialisés aux Etats-Unis, constituent une dépense que ne peut jamais justifier le seul marché québécois; il est donc primordial d'élargir les horizons de notre marché.

4.2.2 Orientations

La Société ne favorisera pas l'émergence de nouvelles maisons de production mais maintiendra son appui à la consolidation de l'industrie tout en accentuant ses efforts vers l'exportation du disque québécois. La Société entend également suivre attentivement l'évolution du disque "compact" afin de s'assurer que l'industrie québécoise ne se laissera pas distancer. La SODICC n'entend pas soutenir l'implantation d'une usine de pressage de disque conventionnel en sol québécois; les avantages pour l'industrie du disque sont loin d'être démontrés et les expériences passées nous laissent perplexes quant à la viabilité d'une telle usine.

4.3 L'AUDIOVISUEL

4.3.1 Les actions passées

La Société s'est gardée d'oeuvrer massivement dans ce secteur soutenu au niveau de la production par un autre organisme d'Etat. Elle en a suivi de près le développement dans la mesure où elle était autorisée à agir, en particulier au niveau des entreprises de production et de distribution. La Loi sur le cinéma est venu d'ailleurs amender celle de la SODICC et subordonne maintenant ses actions dans ce secteur à l'obligation d'entente préalable avec la nouvelle Société générale du cinéma.

4.3.2 L'état de la situation

La nouvelle loi quebecoise sur le cinéma vise à assurer un développement aux entrepreneurs producteurs et à leur assurer une plus grande implication dans la distribution.

Tant le gouvernement canadien, via la SDICC, que celui du Québec, grâce à la Société générale du cinéma, consacreront des sommes importantes à la production de contenu cinématographique en général, télévisuel en particulier.

Par ailleurs, les nouveaux débouchés comme la télévision payante et le vidéo à domicile augmentent la demande pour la production cinématographique. Par ailleurs, les nouveaux supports de distribution à domicile sont en croissance rapide. Le marché de la vidéo-cassette enregistrée et du vidéo-disque sont de nouveaux débouchés potentiels pour ces produits.

Quant aux entreprises de post production vidéo, une brève étude interne nous permet de croire que ce sous-secteur jouit d'une bonne santé financière et possède le dynamisme requis pour s'adapter à la croissance de l'industrie. Cette même étude révèle cependant que les principaux producteurs indépendants n'ont que difficilement accès aux studios de post production majoritairement contrôlés par des concurrents et doivent se tourner vers l'Ontario pour obtenir ces services. L'émergence d'une entreprise indépendante apparaît donc souhaitable.

L'exportation de produits audiovisuels demeure faible et constitue une préoccupation majeure dans la rentabilisation des productions locales. Les entreprises exportatrices sont de petite taille et leurs ventes aux divers pays acheteurs sont modestes, compliquant d'autant le règlement des transactions via les institutions financières qui sont peu enclines à administrer des comptes de cette taille.

4.3.3 Orientations

La SODICC partage l'opinion du milieu, à savoir que les entreprises existantes (distributeurs spécialisés dans l'exportation) sont les mieux placés pour exporter les produits québécois. C'est donc en collaboration avec celles-ci que s'articulera l'action de la SODICC.

En plus du soutien financier, la Société continuera d'offrir à ces entreprises tout le soutien technique nécessaire à la simplification des règlements de transaction internationale.

De plus, la Société maintiendra, avec l'accord de la Société générale du cinéma, son appui aux projets d'enregistrement de spectacles qui permettront la rentabilisation accrue des secteurs du disque et du spectacle, cependant, elle ne prévoit pas intervenir de façon significative dans les autres types de production déjà couverts dans le mandat des autres organismes. La SODICC entend également agir en concertation avec l'Institut québécois du cinéma et la Société générale du cinéma dans le but de mettre sur pied une politique cohérente de consolidation financière, principalement au niveau de la capitalisation des entreprises oeuvrant dans le domaine de l'audiovisuel.

Dans le domaine de la magnétoscopie familiale, la SODICC ne prévoit aucune intervention majeure mais pourrait soutenir financièrement des projets de distribution assurant une présence réelle dans le secteur du "rack jobbing", notamment afin d'assurer une pénétration accrue du produit québécois. Le marché de détail étant, par contre, caractérisé par une multitude de nouveaux venus dans le secteur, la Société préfère que s'effectue une certaine sélection naturelle avant d'y intervenir.

4.4 LES ARTS D'INTERPRETATION

Ce secteur englobe plusieurs sous-secteurs dont le spectacle de variété, le théâtre, la danse, la musique symphonique et l'opéra. Certains d'entre eux connaissent une évolution autonome. La SODICC entend adopter des approches spécifiques. C'est pourquoi nous les analyserons séparément.

4.4.1 SPECTACLE DE VARIETE

4.4.1.1 L'état de la situation

L'industrie du spectacle de variété est peut-être, de toutes les industries culturelles, celle qui a démontré le plus de facilité d'adaptation et de dynamisme au cours des dernières années : la mise sur pied d'événements majeurs tels que le Festival international de jazz de Montréal, l'établissement de nouveaux lieux de spectacles assurant un meilleur équilibre entre la taille des salles et le renforcement du lien entre le spectacle et la télévision. Les producteurs ont également plusieurs années d'expérience derrière eux assurant ainsi une bonne base pour le marché local. Le spectacle étranger est évidemment important au Québec mais l'industrie québécoise conserve le contrôle de la production. Or, si l'industrie génère une offre de produits de qualité et en quantité impressionnante, il n'en reste pas moins que la santé financière des entreprises du secteur reste précaire, compte tenu de leur taille réduite et de leur sous-capitalisation chronique. Il demeure également que la diffusion outre-frontière du spectacle québécois est faible et que l'exportation ne génère pas toujours les retombées escomptées sur les industries satellites (disques, vidéos, etc.) ou sur les artisans de la chanson: auteurs ou compositeurs.

Les événements majeurs de type festival (film, théâtre, spectacle, etc.) ou salon occupent un espace de plus en plus grand dans la vie culturelle du Québec. Leur apport au potentiel touristique est indéniable. La SODICC a d'ailleurs participé de façon significative à leur épanouissement. Ces événements nécessitent cependant des investissements temporaires majeurs sans offrir de garantie formelle de succès. La faible taille du marché québécois ne semble pas permettre généralement la rentabilisation de spectacle à grand déploiement. Ce type de produit constitue pourtant un tremplin privilégié pour la mise en valeur de nouveaux talents tout en étant un important pourvoyeur d'emplois.

4.4.1.2 Orientations

Les axes majeurs d'interventions de la SODICC dans ce sous-secteur seront la consolidation des entreprises, l'assistance accrue à l'exportation et la présentation d'événements majeurs de caractère international. Au niveau des événements majeurs, le MAC en a fait une priorité et la concrétise par un budget de 1,5 million de dollars sans compter les subventions aux divers salons. Pour sa part, la SODICC devra accroître significativement sa contribution à ce créneau du monde du spectacle. Quant à l'exportation, la SODICC entend développer une approche qui tienne compte du processus de pénétration du marché étranger, pénétration qui exige une planification sur plusieurs années. Enfin, la SODICC entend appuyer les projets dans le domaine des comédies musicales, étant donné que cette forme de spectacles semble s'appuyer sur une demande constante et qu'elle offre des débouchés intéressants pour la relève.

4.4.2 THEATRE

4.4.2.1 L'état de la situation

Ce sous-secteur est dominé par diverses formes d'entreprises de théâtre: institutionnel, parallèle, expérimental.

Le rapport intitulé "Le marché québécois du théâtre" de François Colbert, commandité par l'Institut québécois de recherche sur la culture, indique que ce domaine s'est caractérisé par une croissance plus forte de l'offre que de la demande et par un financement soutenu à près de 50 °/o par des politiques de subsides ! à l'exception du théâtre d'été). Cette situation de dépendance financière rend ce sous-secteur fragile et un rééquilibrage de l'offre et de la demande est à prévoir, entraînant la disparition de certaines troupes de théâtre.

De plus, la taille du marché, alliée aux coûts des productions, exige un effort particulier de rentabilisation par la recherche de marchés hors Québec.

4.2.2.2 Orientations

Ce sous-secteur continuera de recevoir l'appui financier de la SODICC lorsque des projets lui seront soumis. Toutefois, consciente du déséquilibre entre l'offre et la demande, la Société entend bien résister à la tentation de faire le sauvetage de toutes les entreprises en difficulté. Tout en recherchant une meilleure complémentarité entre son action et celle du MAC dans ce champ, la Société n'entend pas y développer d'action d'envergure comme dans certains autres secteurs.

4.4.3 DANSE, ORCHESTRE, OPERA

4.4.3.1 L'état de la situation

Quoiqu'ils se soient imposés sur le plan professionnel, ces groupes parviennent difficilement à attirer un nombre suffisant de spectateurs pour rentabiliser leurs spectacles. A peine quelques représentations d'un spectacle, qui a pourtant demandé des semaines de préparation, suffisent à satisfaire un public trop restreint. Pour leur part, les troupes de danse n'élargissent que lentement leur public parce qu'elles n'ont pas tellement la possibilité d'effectuer des tournées. Quant aux orchestres symphoniques de Québec et de Montréal, leurs ressources financières demeurent insuffisantes pour étendre leur rayonnement. Le ministère des Affaires culturelles y consacre des sommes de plus en plus importantes pour en assurer la survie, pour accroître le nombre de tournées tant au Québec qu'à l'extérieur et enfin pour consolider ces entreprises. La SODICC est peu intervenue dans ces secteurs qui d'ailleurs n'ont guère sollicité son intervention.

4.4.3.2 Orientations

La SODICC n'entend pas intervenir de façon significative dans ces domaines mais restera attentive à tout projet exceptionnel.

4.5 LES METIERS D'ART

4.5.1 Le passé

La SODICC n'a pas pris d'initiative de structuration majeure dans ce secteur mais a soutenu un certain nombre d'artisans désireux d'accroître leurs capacités de production. Cette approche n'a cependant pas eu le succès escompté, la majorité des prêts consentis à des artisans n'ayant pu, en tout ou en partie, être remboursée suite à leur faillite. Notre analyse de ces dossiers révèle qu'une absence généralisée de compétence dans la gestion financière de l'entreprise a fait échouer les efforts de croissance accélérée. Ces expériences justifient la grande prudence mise dans l'analyse des récentes demandes.

4.5.2 L'état de la situation

Les métiers d'art au Québec sont en quelque sorte à un tournant de leur histoire, d'une part:

- ils se renouvellent à un rythme lent;
- les structures de mise en marché (les Salons d'hiver et d'été) sont sur le point d'atteindre un plafonnement de croissance;
- un grand nombre de points de vente au détail accueille des produits québécois mais la part des artisans québécois n'est encore que d'environ 40 °/o du marché;
- les capacités individuelles de production sont généralement insuffisantes pour alimenter convenablement les réseaux de distribution;

et d'autre part:

- un nombre grandissant d'artisans se tourne vers des niveaux de production semi-industrielle et, dans certains cas, utilise avec succès la sous-traitance comme moyen d'expansion;
- la Corporation des artisans de Québec et celle des métiers d'art de Montréal entreprennent conjointement la mise en place d'une entreprise de commercialisation et de promotion des métiers d'art du Québec tant ici qu'à l'étranger;
- les artisans expriment de plus en plus le besoin de mettre en commun leurs ressources afin de bénéficier d'expertise en formation, mise en marché, gestion et en administration;
- plusieurs proposent un centre de design comme base de développement.

4.5.3 Orientations

La Société n'entend pas généraliser son assistance financière à l'ensemble des artisans mais entend plutôt concentrer ses efforts dans la mise en place ou la consolidation de structures dynamiques et permanentes de diffusion, de production et de regroupement de services liés à ces fonctions. La SODICC souhaite permettre une meilleure intégration des disciplines parallèles, telles que le design et la chimie des matériaux, aux activités de production.

4.6 LES ARTS VISUELS

4.6.1 L'état de la situation

Nous regroupons, dans ce secteur, la création, la promotion et la distribution de peintures, sculptures, tapisseries et autres produits des arts environnementaux en général. Ce secteur n'a jusqu'à maintenant, à toutes fins pratiques, pas fait appel aux services de la SODICC.

Le domaine de la peinture voit son bassin de clientèle s'élargir: d'un côté s'accroît le nombre d'investisseurs recherchant un placement spéculatif ou sûr dans des oeuvres de peintres reconnus, et d'autre part, on assiste à une certaine démocratisation du produit par l'utilisation accrue de la gravure, de la sérigraphie et de la lithographie comme médium d'expression.

Le réseau des galeries d'art se remet tranquillement de la dernière récession économique qui avait entraîné la fermeture de plusieurs d'entre elles. Les artistes québécois n'ont guère réussi à percer à l'extérieur du Canada. Il semble que la distribution primaire (grossistes, gérants) ou l'édition d'oeuvres d'art demeure le plus faible créneau de ce secteur.

4.6.2 Orientations

La SODICC ne prévoit pas intervenir, à court terme, de façon significative dans ce secteur, à moins de circonstances exceptionnelles. Elle le ferait alors uniquement pour des projets visant les domaines de la promotion ou de la distribution.

4.7 LA RADIO

4.7.1 L'état de la situation

Selon l'analyse de Statistique Canada pour l'année financière qui s'est terminée le 31 août 1982, près de 55 °/o des stations présentaient des situations déficitaires. Des pertes substantielles ont été enregistrées dans toutes les catégories de revenus pour l'ensemble des stations. Nous notons cependant un redressement sensible de la santé financière des stations du type FM. Sur une tendance à plus long terme, les bénéfices nets moyens des dernières années ont progressivement fondu à cause d'une augmentation substantielle des dépenses. De plus, plusieurs nouvelles stations se sont imposées sur les marchés de Montréal et de Québec, en FM notamment. Les perspectives des prochaines années nous permettent de penser qu'on pourrait assister à une accentuation de l'intégration en réseaux, à l'accélération de la spécialisation des contenus et des marchés, et à certains développements technologiques: le AM stéréo, des émetteurs et des liaisons micro-hertziennes (STL), etc.

4.7.2 Orientations

La SODICC, en 1984-85, n'entend pas mener des interventions d'envergure, sauf dans des cas impossibles à prévoir actuellement.

4.8 LA TELEVISION

4.8.1 L'état de la situation

Nous avons déjà abordé la question de la production télévisuelle au point 4.3. Abordons maintenant la télévision sous l'angle de la télédiffusion, encore que la frontière production/diffusion n'est pas étanche et s'avère souvent théorique.

Une première constatation s'impose: le bilan de santé est, dans l'ensemble, très positif. L'industrie de la télévision au Québec est fort rentable; nous produisons et diffusons beaucoup; les Québécois sont de grands consommateurs et nous jouissons d'une gamme variée de services et de canaux. En somme, nous sommes en face d'un secteur industriel puissant et prospère.

En filigrane de ce tableau optimiste, apparaissent quelques indices qui pourraient, à moyen terme, modifier l'évolution de la télévision: une segmentation sensible du marché, un transfert d'écoute vers les stations anglophones, l'avènement plus généralisé de la télédiffusion par satellite et l'attirance vers des programmations spécialisées.

Le dénominateur commun de tous ces facteurs semble donc être la croissance accélérée de l'offre de programmation et la nécessité, pour le Québec, de protéger ses acquis afin de ne pas se laisser inonder par une télévision faite par d'autres et pour les autres.

4.8.2 Orientations

Face à ce constat, la SODICC entend faire en sorte que les nouveaux développements, en matière de diffusion, soient assurés par des entrepreneurs québécois. En ce sens, elle mènera deux actions en 1984-85:

- la poursuite de la consolidation du réseau de télévision payante PREMIER CHOIX: TVEC dont elle a contribué à la création il y a quelques mois;
- l'examen des possibilités de développement, au Québec, de nouveaux moyens de diffusion ayant comme objectif la croissance de la diffusion des produits audiovisuels québécois: canaux spécialisés, quatrième chaîne québécoise. Nous en sommes ici à la phase exploratoire où les possibilités de rentabilité doivent encore être clarifiées.

4.9 LA CABLODISTRIBUTION

4.9.1 L'état de la situation

Cent soixante-dix réseaux de câbles se partagent plus d'un million d'abonnés. Quatre-vingt-neuf de ces entreprises ont moins de mille abonnés. Les profits de l'ensemble du secteur tournent autour du point zéro. Les taux de pénétration ne progressent que très lentement; les investissements essentiels au développement de ces entreprises sont retardés. L'offre de programmation télévisuelle est en croissance mais certaines entreprises, dans leur état actuel, ne pourront fournir les nouveaux services à leurs abonnés. Le développement du câble passe par les services non-programmés d'affaires et domestiques mais la câblodistribution devra soutenir la concurrence des entreprises de télécommunications.

Par ailleurs, le Québec a réussi à développer une expertise technologique qui le situe à l'avant-garde de la câblodistribution. En profitant bien de cette avance, il serait possible, pour certaines entreprises québécoises de câblodistribution, d'explorer de nouveaux marchés et d'exporter leur "know how" dans des pays où les infrastructures de distribution sont, pour l'essentiel, à construire. En ce sens, l'avènement de l'équipement Vidéoway semble offrir des avenues intéressantes.

4.9.2 Orientations

Dans ce secteur, la Société tentera d'orienter ses actions dans le sens d'un regroupement des entreprises afin qu'elles soient en mesure rapidement d'effecteur les investissements requis et d'offrir une programmation plus diversifiée.

La SODICC entend répondre favorablement à des initiatives visant à favoriser l'exportation de l'expertise québécoise en câblodistribution (particulièrement dans les domaines de la programmation, de la gestion de réseaux, des abonnements) en encourageant la formation de consortium et en participant à leur financement.

4.10 LES TELECOMMUNICATIONS

4.10.1 L'état de la situation

Ce secteur est, à la fois, le plus considérable et le plus complexe des industries de services en communication. Son développement passe, en grande partie, par l'augmentation de sa capacité de transporter rapidement à bas prix et avec fidélité les grandes masses de données informatisées. De façon encore plus marquée que dans les autres domaines des communications, les frontières ne seront plus étanches et la concurrence sera plus vive que dans le passé, favorisée en cela par un courant de déréglementation.

Mais les télécommunications, ce sont aussi les plus petites entreprises de services téléphoniques dont la difficulté à s'adapter aux changements technologiques rend leur rentabilité de plus en plus précaire. Dans l'ensemble, la prochaine année en sera encore une de tâtonnement face à l'introduction des nouvelles technologies dans les systèmes de télécommunication. La télématique, ce mariage de l'informatique et des télécommunications, amène déjà les entreprises de chacun de ces secteurs à modifier leur stratégie de développement.

4.10.2 Orientations

Il est important de convenir, qu'à cause de la taille gigantesque de ce secteur, d'une part, et du volume moyen des interventions financières de la SODICC, d'autre part, l'action de la Société ne peut être globalisante ni chercher à couvrir l'ensemble de ce domaine. En concentrant nos efforts sur quelques créneaux, notre apport a des chances d'être significatif, notamment dans les services de radio cellulaire.

4.11 L'INFORMATIQUE ET LES NOUVEAUX SERVICES

4.11.1 L'état de la situation

Nous abordons ici un champ nouveau dont les limites se confondent avec les possibilités d'une technologie dont les ressources semblent illimitées. Depuis quelques années, nous assistons à une véritable explosion de services: l'informatique se démocratise, le terminal vidéo multiplie ses fonctions, le micro-ordinateur se lance à l'assaut des bureaux et des foyers. La télématique, la bureautique, les transferts électroniques de fonds, le télétexte, le vidéotex, les téléconférences: autant de manifestations de cette révolution qui est à nos portes. Deux facteurs communs à tous ces services: une croissance rapide et des investissements importants à consacrer à la recherche-développement.

Pour y voir plus clair, tentons de regrouper, par catégories, les entreprises qui oeuvrent dans le secteur de l'informatique. Ces catégories ne sont pas fermées: on peut retrouver une même entreprise qui intègre plus qu'une seule fonction.

D'abord la CONCEPTION ET LE CONSEIL. Ce sont les entreprises dont les activités principales sont la conception, l'édition et la distribution de logiciels (incluant progiciels, didacticiels, etc.) ainsi que l'expertise-conseil en informatique. On dénombre au Québec quelques quatre-vingt-onze entreprises dans ce groupe, la plupart de très petite taille, dont le volume d'affaires représente 86 millions de dollars.

Le second groupe s'occupe du TRAITEMENT. Il s'agit d'entreprises dont l'activité principale est la saisie et le traitement de données (incluant la production de banques de données). On dénombre cinquante-huit entreprises dans ce groupe pour un volume d'affaires de 115 millions de dollars.

Enfin, les entreprises d'EQUIPEMENT dont l'activité principale est la vente ou la location (incluant le service) d'équipements informatiques. Ce groupe comprend soixante-seize entreprises (dont quarante-trois ayant leur siège social au Québec) pour un volume d'affaires de 221 millions de dollars au Québec.

En bref, il s'agit de deux cent vingt-cinq entreprises dont le volume d'affaires dépasse les 420 millions de dollars et qui seront appelées à développer, de pair avec les entreprises de communications, un grand nombre de nouveaux services.

Bien que les avis soient encore largement partagés, il semble de plus en plus probable que ce sont les services de bureautique – définis comme intégrant le courrier électronique, le transfert électronique de fonds, et l'accès aux banques de données, etc. – qui prendront les premiers leurs places, et cela d'abord sur les marchés d'affaires.

4.11.2 Orientations

Nous sommes face à un monde où les opportunités de développement sont nombreuses. A cause de ses capacités financières et en complémentarité avec les autres intervenants, la SODICC privilégiera le groupe CONCEPTION ET CONSEIL, ce qui inclut l'industrie du logiciel et l'expertise-conseil en informatique, ainsi que la production et la diffusion de banques de données québécoises.

La SODICC entend intensifier ses interventions dans le développement du logiciel. En effet, l'implantation prochaine de micro-ordinateurs dans les écoles amènera une croissance de la demande de didacticiels adaptés aux besoins pédagogiques particuliers du système scolaire québécois. Aussi, la SODICC appuiera le développement de progiciels industriels, dans les secteurs névralgiques de notre économie, et ce dans une perspective d'exportation.

Au chapitre 5, nous expliciterons l'intervention spécifique que la SODICC mènera dans le domaine du logiciel. Cela constitue une des priorités du présent plan de développement.

4.12 LES MASS MEDIAS ECRITS

4.12.1 L'état de la situation

Trois industries spécifiques recouvrent ce secteur: la presse quotidienne, la presse hebdomadaire régionale et les revues ou magazines.

La presse quotidienne, en tant qu'industrie, a traversé la crise en préservant l'essentiel de ses acquis. Les fonctions de production d'un journal font de plus en plus appel à l'informatique. Une partie du développement de ce marché passera sans doute par la distribution électronique de quelques informations par procédé de télétexte, puis de vidéotex. Comparée à d'autres secteurs, la presse quotidienne jouit d'une stabilité relative, bien que le tirage, par mille habitants, tende à diminuer légèrement.

La presse hebdomadaire a été marquée, dans les vingt dernières années, par une multiplication de titres. Secteur rentable, la presse hebdomadaire a acquis ses lettres de noblesse au point que les publicitaires nationaux ont commencé à s'y intéresser depuis quelques années. Il y a par ailleurs un mouvement de concentration de la propriété dans ce secteur. Enfin plusieurs titres sont à vendre suite à l'essoufflement des équipes dirigeantes. Dans plusieurs cas, la relève n'est pas assurée.

Le domaine de la revue est plus difficile à cerner. Chose certaine, les titres québécois vendus ne dominent pas le marché. Il y a une certaine fragilité des nouveaux titres qui tient en bonne partie à la sursaturation momentanée dans un secteur spécialisé. La concurrence y est assez forte entre les éditeurs non québécois et québécois. Ceux-ci doivent supporter dans le domaine de la distribution, des opérations très onéreuses afin de maintenir leur position sur le marché.

4.12.2 Orientations

C'est dans le secteur des revues que l'industrie québécoise domine le moins son marché. L'action de la SODICC portera essentiellement sur ce secteur.

L'objectif poursuivi sera d'appuyer des initiatives visant à augmenter la part québécoise, en tirage et en titre, dans l'édition de revues et, à plus long terme, à explorer les marchés d'exportation.

Toutefois la SODICC n'interviendra pas pour aider la création de nouvelles revues dans des créneaux où existent déjà plusieurs titres.

Chapitre 5

LES PRIORITES

Treize secteurs d'intervention. Une moyenne de soixante investissements par an. Une clientèle très diversifiée qui a reçu, en 1982-83, plus de 8 millions de dollars.

Au delà du cas par cas, comment la SODICC peut-elle optimiser son action? Comment peut-elle rendre ses interventions plus significatives ?

Une seule réponse s'impose: faire des choix en établissant une liste restreinte de priorités. La SODICC, nous l'avons dit en introduction, si elle veut agir véritablement comme société d'initiatives, doit dessiner clairement sa stratégie de développement et adopter une approche sélective.

En prenant en compte différents facteurs, comme le dynamisme du secteur, son potentiel d'exportation, la vitalité des entreprises et les orientations gouvernementales, la SODICC en est arrivée à dégager cinq priorités majeures pour l'année 1984-85.

5.1 LES CRENEAUX D'INTERVENTIONS

5.1.1 SOUTIEN A L'EXPORTATION DES SPECTACLES

Dans l'exportation de spectacles, la SODICC recherche essentiellement l'élargissement de notre marché pour nos interprètes, nos créateurs et incidemment pour les industries du disque ou du matériel audiovisuel. Si dans l'industrie manufacturière l'exportation est déjà synonyme de création d'emplois et de rentabilité accrue, il doit en être de même dans l'industrie du spectacle qui, de plus, remplit un rôle privilégié d'ambassadeur culturel. La SODICC entend donc accentuer son action dans ce secteur en s'associant aux projets d'implantation sur des marchés précis d'artistes ou de troupes de spectacles. Afin de rationaliser ses interventions et de s'assurer d'une rentabilité décente, la Société privilégiera les projets s'échelonnant sur une période pré-définie. Il est évident que la SODICC ne peut se limiter à assumer l'ensemble des risques des premières tournées exploratoires, déficitaires à priori, et se retirer lorsque le succès commercial apparaît. Il est également pertinent que la SODICC se soucie de maximiser le contenu québécois des spectacles à être soutenus financièrement.

L'expertise acquise par la SODICC en s'associant à l'exportation de spectacles pourra, nous l'espérons, être encore plus facilement transférée à l'ensemble des industries. Cette expertise nous permettra également de mieux évaluer l'éventualité de structures permanentes d'exportation en collaboration avec l'industrie.

5.1.2 SOUTIEN AUX EVENEMENTS MAJEURS

Le ministère des Affaires culturelles a déjà signifié à la SODICC son désir de la voir consacrer une part plus importante de ses ressources à des activités de développement et d'innovation, de façon à hausser le volume d'activités culturelles au Québec et principalement dans la métropole. Les événements majeurs, dans les secteurs de la culture et des communications, tels que le Festival de jazz de Montréal, le salon Via Design, le Festival des films du monde, ont connu un grand essor au Québec depuis quelques années et leur reconnaissance sur la scène internationale est déjà établie. Cette formule est excellente pour créer un achalandage bénéfique, entre autres, à la relève locale; elle créé un nombre appréciable d'emplois tant chez les artistes que chez le personnel de scène et de la télévision. Elle permet également l'établissement de contacts susceptibles de favoriser l'exportation. Leurs retombées dans le domaine touristique sont également significatives et constituent déjà un élément important dans la promotion du Québec à l'étranger.

L'expérience passée nous révèle que ces événements nécessitent l'injection de capitaux fort importants sur une courte période de temps. L'importance des sommes requises n'est pas sans bousculer les liquidités de la Société. Actuellement la planification et le financement de tels événements se font surtout sur une base annuelle nécessitant, année après année, une remise en marche qui ressemble plus à une nouvelle implantation qu'à une poursuite d'opération. En conséquence, la SODICC accroîtra sa participation dans la production de tels événements sur la base d'une planification à moyen terme (de deux à trois ans) visant un délestage progressif des activités bien implantées afin de demeurer disponible à l'émergence de nouveaux projets. La SODICC adoptera également une approche budgétaire propre à ce domaine (financement du fonds de roulement, stimulation pour la mise en place d'une structure solide au plan de la gestion, etc.)

5.1.3 MISE EN VALEUR DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE PAR LE BIAIS DE LA TELEVISION PAYANTE, DES CANAUX SPECIALISES ET PAR L'EXPORTATION

Au Québec, un peu tout le monde s'entend sur la nécessité de stimuler la production audiovisuelle. Le gouvernement du Québec en a reconnu l'urgence tant sur le plan culturel, face à l'envahissement des produits étrangers, que sur le plan économique où l'industrie cinématographique québécoise vit des heures critiques.

La loi sur le cinéma, la création de la Société générale du cinéma, les programmes d'aide qu'élabore présentement le ministère des Communications vont dans le sens d'une stimulation de la production.

La SODICC veut contribuer à cet effort en supportant les nouveaux débouchés qui sont consommateurs de contenu: la télévision payante, d'une part, et les éventuels canaux spécialisés, d'autre part.

L'action de la SODICC, dans le domaine de la télévision payante, est maintenant connue. En supportant **Premier Choix : TVEC**, nous visons surtout comme objectif le développement de la production québécoise. Nous ne reviendrons pas ici sur la démonstration des incidences d'une télévision payante ayant son centre de diffusion à Montréal. Les effets devraient commencer à se faire sentir au cours de l'année. La SODICC entend poursuivre ses efforts (participation à la direction et à la gestion du réseau) afin de maximiser l'impact de son investissement sur la production audiovisuelle nationale.

Dans le domaine des canaux spécialisés, les mêmes objectifs essentiels devront prévaloir. Il s'agit d'assurer au Québec sa part dans ce type de services encore embryonnaires. Nous accompagnerons éventuellement les initiatives d'entreprises québécoises qui voudront explorer ce nouveau marché, en ayant pour réserve, la preuve à faire de la rentabilité à moyen terme de ces nouveaux canaux et l'ampleur des bénéfices générés pour la production audiovisuelle québécoise. Le modèle, tel qu'exploité aux Etats-Unis, ne sied pas nécessairement à la spécificité culturelle du Québec. La taille du marché nous invite à la prudence.

Enfin, de concert avec les autres intervenants impliqués (SDI, SGC, MCQ, MAC, MCE) la SODICC entend participer à des initiatives visant l'exportation des produits audiovisuels québécois. Les formules restent à trouver en concertation avec le milieu. Les diverses tentatives d'exportation ont été jusqu'ici sporadiques, insuffisantes et souvent mal organisées. Un souci de structuration doit prévaloir si nous voulons espérer percer de nouveaux marchés et développer la co-production internationale.

5.1.4 L'EXPORTATION DE L'EXPERTISE QUEBECOISE EN CABLODISTRIBUTION

Nous l'avons vu précédemment: le Québec jouit présentement d'un certain savoir-faire en matière de câblodistribution. Le groupe Vidéotron, par exemple, a développé une expertise qui le place à l'avant-garde de cette industrie qui tient à la fois des télécommunications, par sa fonction transport-distribution, et de l'audiovisuel, par l'aspect contenu.

Fortes de cette expérience, les entreprises québécoises sont en mesure de pouvoir pénétrer des marchés étrangers. Le ministère des Communications travaille présentement sur des projets à court terme pour exporter l'expertise en câblodistribution en France, en Belgique et en Grande-Bretagne notamment.

La SODICC est disposée à s'associer et à favoriser des initiatives d'exportation dans ce domaine. Nous croyons aux chances de projets d'exportation qui auraient pour stratégie la vente d'un service qui comprendrait, entre autres, le génie-conseil, le dessin de l'infrastructure technologique, l'exploitation du réseau (abonnements, facturation, tarification) et la gestion de contenus.

Les formules restent à définir en concertation avec les entreprises, les ministères et d'autres agents financiers. Des consortiums sont présentement en voie d'élaboration.

5.1.5 LE DEVELOPPEMENT DU LOGICIEL

Dernière priorité et non la moindre: le logiciel. Au cours de la dernière année, la SODICC est intervenue de façon marquée dans ce nouveau secteur. On peut calculer que plus de 50 °/o des entreprises majeures, oeuvrant dans le logiciel, sont déjà en relations d'affaires avec la Société. Nous entendons, en 1984-85, accentuer encore nos efforts pour le développement du logiciel québécois.

La SODICC entend jouer un rôle d'initiateur dans le développement des entreprises de logiciel. En concertation avec les différents intervenants qui agissent dans le milieu (SDI, ministère de la Science et de la Technologie, ministère des Communications), la Société a l'intention d'agir de façon cohérente afin que ses diverses interventions aient le plus d'effet possible sur la structure industrielle de ce secteur.

Les projets que nous avons l'intention de soutenir peuvent se regrouper autour de trois pôles: édition de logiciels originaux, système de distribution et, enfin, conception de progiciels industriels.

L'action de la SODICC doit d'abord contribuer à améliorer l'infrastructure de cette industrie, c'est-à-dire intervenir sur les maillons les plus faibles de la chaîne conception – édition – distribution. Voyons un peu.

Jusqu'à maintenant, ce sont surtout des concepteurs individuels qui ont fait appel à nous: compétents dans la conceptualisation mais mal à l'aise avec les phases ultérieures comme le marketing et la distribution. Deuxième clientèle: quelques maisons d'édition, la plupart naissantes, dont les produits consistent, en majeure partie, en des adaptations ou des traductions de logiciels étrangers.

Face à ce constat, deux actions s'imposent. D'une part, la SODICC entend favoriser activement l'édition de logiciels québécois originaux. Le domaine des didacticiels, avec l'émergence du marché scolaire, présente un potentiel de développement important. D'autre part, nous allons faire des efforts afin de soutenir des initiatives portant sur des mécanismes de distribution. Des entreprises nationales de distribution, indépendantes des boîtes d'édition et des firmes de consultants, doivent être mises sur pied afin d'assurer la diffusion du logiciel dans les différents points de vente. Il est impérieux que l'on assiste à l'émergence d'une maison de distribution sur les marchés internationaux. La SODICC y accordera son appui.

Par ailleurs, et c'est là le troisième point d'intervention de la SODICC, nous devons aider au financement de la conception de logiciels de langages et de systèmes et à la conception de progiciels industriels. Quelques firmes-conseils en informatique ont acquis une expertise solide dans la conception de logiciel d'envergure. Nous devons appuyer des projets de progiciels industriels, et ce principalement afin d'appuyer le développement de secteurs-clés de la culture et de l'économie québécoises.

5.2 LES ACTIONS INSTITUTIONNELLES

Nous voulons aborder ici les projets qu'entend mener la SODICC au cours de la prochaine année et qui n'appartiennent, en propre, à aucun secteur en particulier. Il s'agit d'activités horizontales qui concernent l'ensemble des activités de la SODICC.

5.2.1 ETUDE SUR LA RENTABILITE DE LA CULTURE

La SODICC entend compléter, d'ici l'automne 1984, une étude sur la rentabilité de la culture, entendant par là faire la démonstration que l'investissement dans le domaine de la culture amène des retombées économiques appréciables, qu'un dollar bien investi dans cette industrie rapporte autant qu'ailleurs, que le coût de création d'emploi y est souvent plus faible qu'ailleurs, etc., en un mot, démontrer que la culture "c'est payant".

Le Gouvernement du Québec, en créant la SODICC, a voulu mettre en place un agent financier dans les domaines de la culture et des communications. S'appuyant sur son expertise que lui donne son expérience sur le terrain, la SODICC prêche la nécessité, pour la vitalité même de la culture québécoise, d'avoir une approche économique et "d'affaires" de ces domaines.

L'étude vise également à encourager les institutions financières privées à s'engager dans le secteur culturel en les aidant à mieux comprendre la réalité des entreprises.

5.2.2 INFORMATIONS STATISTIQUES

Consciente de l'urgence de développer des instruments de mesure crédibles et efficaces sur les industries de la culture et des communications, la SODICC entend en faire une de ses priorités au cours des prochaines années. Elle entreprendra, à partir des dossiers qu'elle administre, la confection d'une banque de données statistiques qui devrait rapidement lui permettre une amélioration des critères d'analyse de ses dossiers. Ces données porteront, entre autres, sur l'aspect financier (ratio), la création d'emplois, la rémunération, l'exportation et l'évaluation des garanties.

Cette démarche devrait également permettre à la SODICC de jouer un rôle accru dans la diffusion d'informations industrielles susceptibles d'améliorer la gestion des entreprises et la compréhension de la dynamique de ces industries.

5.2.3 INVENTAIRE DES RESSOURCES

Les services-conseil offerts, tant par les divers palliers de gouvernement que par les diverses corporations professionnelles ou autres, oeuvrant dans les domaines de la culture ou de la communication, sont très nombreux et fort diversifiés. Afin de parfaire sa connaissance de ceux-ci et d'améliorer la qualité de ses interventions auprès de la clientèle, la SODICC entreprendra, au cours de l'année, l'inventaire de ses ressources par secteur visé et par type d'intervention offerte (aide à la gestion, à la mise en marché, à la formation, etc.). Cet inventaire sous forme de répertoire pourra également être disponible à sa clientèle.

CONCLUSION

La SODICC a cinq ans. Plus de 200 dossiers dans lesquels elle est intervenue. A peu près plus personne ne conteste, aujourd'hui, la pertinence d'une société de développement spécialisée dans les domaines de la culture, des communications et du patrimoine.

Mais le défi reste de taille. Nous avons réussi, dans de nombreux cas, à améliorer notre part du marché, à insuffler une vitalité à des entreprises temporairement défaillantes et à développer des produits de meilleure qualité.

Comment doit-on maintenant agir ? Ce plan de développement propose une ligne d'action qui devra teinter chacune des décisions d'intervention de la Société. Mais cela ne suffira pas.

Il faut également accentuer la concertation de tous les agents du milieu. La SODICC s'est méritée la confiance de la grande majorité des entreprises de communications et de la culture. Nous ne pouvons agir seul. C'est en proposant un "partnership" dynamique avec les entreprises que nous pourrons véritablement participer à la croissance du Québec.

Bref, l'idée fondamentale est de développer, le plus rapidement possible, des entreprises québécoises capables d'initier et de supporter le développement de tout un secteur de la culture et des communications.

Le plan de développement 1984-85 marque un virage: de "banquier de risque" que nous étions, nous voulons devenir davantage un catalyseur du développement. Encore fallait-il indiquer où et dans quel sens. Les cinq priorités représentent des défis d'envergure. La SODICC se dit prête, avec ses partenaires que sont les entreprises, à s'y engager sur le champ.

ANNEXE I

CODIFICATION DES INDUSTRIES ET DES SECTEURS

Afin de produire des statistiques plus détaillées sur ses interventions et classer toutes les informations pertinentes à un secteur, la SODICC adopte dorénavant le classement général suivant :

Industries culturelles

1. Livre
   - 1.1 Edition
   - 1.2 Distribution
   - 1.3 Librairies
2. Disque
   - 2.1 Production
   - 2.2 Services connexes
   - 2.3 Distribution
   - 2.4 Disquaires
3. Audiovisuel
   - 3.1 Production
   - 3.2 Services connexes
   - 3.3 Distribution
4. Arts d'interprétation
   - 4.1 Spectacle (variété)
   - 4.2 Théâtre
   - 4.3 Danse
   - 4.4 Musique (orchestre, etc.)
   - 4.5 Salles et lieux de spectacles
5. Métiers d'art
   - 5.1 Artisans
   - 5.2 Distribution
6. Arts visuels

Industries des communications

7. Radio
8. Télévision
   - 8.1 Télédiffusion traditionnelle
   - 8.2 Télévision payante
   - 8.3 Canaux spécialisés
9. Câblodistribution
10. Services informatiques
    - 10.1 Logiciels
    - 10.2 Banque de données
    - 10.3 Génie-conseil
    - 10.4 Nouveaux services
11. Télécommunications
    - 11.1 Téléphonie
    - 11.2 Autres
12. Mass médias écrits
    - 12.1 Journaux
    - 12.2 Périodiques

Patrimoine immobilier

ANNEXE II

Tableau-synthèse des orientations et des priorités 1984-85

SECTEUR	ORIENTATIONS	PRIORITES
LIVRE	• amélioration de la distribution • amélioration des pratiques en gestion • infrastructure de services communs	
DISQUE	• consolidation des entreprises • exportation	
AUDIOVISUEL	• enregistrement de spectacles	• stimulation de la diffusion
THEATRE	• amélioration des pratiques de gestion	
SPECTACLES	• consolidation des entreprises	• événements majeurs • exportation
DANSE-MUSIQUE	• intervention exceptionnelles seulement	
METIERS D'ART	• diffusion et exportation	
ARTS VISUELS	• interventions exceptionnelles seulement	
RADIO	• interventions exceptionnelles seulement	
TELEVISION	• consolidation de la télévision payante • canaux de programmations spécialisées	
CABLODISTRIBUTION		• exportation
INFORMATIQUE	• conception et conseil	• logiciels: édition (didacticiels et progiciels) et distribution
TELECOMMUNICATIONS	• radio cellulaire	
MEDIAS ECRITS	• revues	

ANNEXE III

ESTIMES DES AUTORISATIONS 1984-85

SECTEURS	Autorisations 1983-84	Autorisations estimées 1984-85	Priorités 1984 85 (incluses dans l'estimé des autorisations)
Livre	710 000	700 000	
Disque	1 125 000	800 000	
Audiovisuel	1 091 000	1 300 000	200 000 (2)
Interprétation	2 662 518	2 800 000	400 000 (3) 500 000 (4)
Métiers d'art	231 000	330 000	
Arts visuels	0	100 000	
TOTAL CULTURE	5 819 518	6 030 000	
Radio	0	0	
Télévision	0 (1)	200 000	
Câblodistribution	0	200 000	200 000 (5)
Informatique	2 735 500	2 500 000	2 000 000 (6)
Télécommunications	0	0	
Médias écrits	5 062	150 000	
TOTAL COMMUNICATIONS	2 740 062	3 050 000	
Patrimoine	0	200 000	
TOTAL	**8 559 580**	**9 280 000**	**3 300 000**

(1) Non comptabilisée : l'intervention de 3 millions $ dans Premier Choix: TVEC
(2) Stimulation de la diffusion audiovisuelle
(3) Exportation de spectacles
(4) Soutien aux événements majeurs (festivals, salons, etc.)
(5) Exportation en câblodistribution
(6) Logiciel

ANNEXE IV

LISTE DES INTERVENANTS AYANT EXPRIME DES COMMENTAIRES SUR LE PLAN DE DEVELOPPEMENT 1984-85

1. Ministère des Affaires culturelles (MAC)
2. Ministère des Communications (MCQ)
3. Société générale du cinéma (SGC)
4. Office des communications sociales (OCS)
5. Association des libraires du Québec (ALQ)
6. Union des écrivains québécois (UNEQ)
7. Association des producteurs de films du Québec (APFQ)
8. Association des compagnies de téléphone du Québec (ACTQ)
9. Association du disque et de l'industries du spectacle québécois (ADISQ)
10. Association canadienne de radio-télévision de langue française (ACRTF)
11. Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs (SARDEC)
12. Association canadienne des entreprises de services en informatique (CADAPSO)
13. Bureau de surveillance du cinéma
14. Association des éditeurs canadiens (AEC)
15. Association de la recherche en communications (ARCQ)
16. Fédération nationale des communications (FNC–CSN)
17. Société de développement industriel du Québec (SDI)

MARS 1984

Société de développement des industries
de la culture et des communications

801, rue Sherbrooke Est, 4e étage
Montréal, (Québec) H2L 1K7
(514) 873-7768

POOR

QUALITY

ORIGINAL